

Analisis Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Tirta Agung Cabang Sirah Pulau Padang OKI

Deffriansah Pratama¹, Herry Widagdo²

Jurusan Manajemen STIE Multi Data Palembang

e-mail: *¹Deffri@alumni.mdp.ac.id, ²Herry@stie-mdp.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan citra perusahaan baik secara parsial atau simultan terhadap loyalitas pelanggan PDAM Tirta Agung cabang Sirah Pulau Padang OKI. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan teknik sampling purposive. Populasi dalam penelitian adalah pelanggan PDAM Tirta Agung cabang Sirah Pulau Padang OKI dengan jumlah sampel sebanyak 260 pelanggan. Hasil penelitian ini secara simultan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 27,765 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000, secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dimana propabilitas variabel sebesar $0,718 > 0,05$, sedangkan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dimana propabilitas variabel sebesar $0,007 < 0,05$, dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan PDAM Tirta Agung cabang Sirah Pulau Padang OKI dengan propabilitas variabel sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, citra perusahaan, loyalitas pelanggan

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality variables, customer satisfaction and corporate image either partially or simultaneously to customer loyalty PDAM Tirta Agung branch Sirah Pulau Padang OKI. The research method used is survey method with purposive sampling technique. The population in this research is the customer PDAM Tirta Agung branch Sirah Pulau Padang OKI with 260 customers. The results of this study simultaneously the quality of service, customer satisfaction and corporate image have a positive and significant impact on customer loyalty of 27.765 with a significant level of 0.000, partially the quality of service no significant effect on customer loyalty where the variable probability of $0.718 > 0.05$, customer significant influence to customer loyalty where variable probability equal to $0.007 < 0.05$, and company image have a significant influence to customer loyalty PDAM Tirta Agung branch Sirah Pulau Padang OKI with variable probability equal to $0.000 < 0.05$.

Keyword : Quality of service, customer satisfaction, corporate image, customer loyalty.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Air merupakan sebagian sumber dalam kehidupan sehari – hari, air bersih sangat dibutuhkan oleh setiap individu masyarakat seperti mencuci, minum, memasak dan mandi. Kebutuhan air bersih juga diperlukan oleh masyarakat Sirah Pulau Padang OKI untuk memenuhi kebutuhan air bersih, selama ini dikecamatan Sirah Pulau Padang masih menggunakan air sumur dan air sungai untuk keperluan minum, mandi dan memasak, air sumur yang banyak mengandung zat besi sehingga menyebabkan bau pada air dan berwarna kekuningan kemudian pada air sungai, masyarakat mengambil air tersebut saat malam hari karena tidak terkontaminasi oleh kegiatan mandi masyarakat setempat, Oleh karena itu sebagian masyarakat Sirah Pulau Padang pernah terserang penyakit Gastroenteritis atau lebih dikenal dengan Muntaber. Maka dari itu pemerintah melalui PERMASI (Persatuan Perusahaan Air Minum Seluruh Indonesia), mendirikan perusahaan daerah air minum yang disebut PDAM khususnya PDAM Tirta Agung cabang Sirah Pulau Padang OKI.

Pendirian perusahaan daerah air minum (PDAM) Tirta Agung Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI), merupakan badan usaha milik pemerintah OKI yang didirikan berdasarkan perda OKI nomor 7 tahun 2003 tentang pendirian Perusahaan Daerah Air Minum OKI. Untuk melaksanakan kegiatan dalam penyediaan air bersih, PDAM Tirta Agung mempunyai instalasi pengelolaan air (IPA) di 15 lokasi dengan kapasitas terpasang 245 liter/detik yaitu dalam sehari PDAM mendistribusikan selama 17 jam dengan kapasitas 13.643.000 M3 ke SR (Sambungan Rumah)

Pada era modern seperti saat ini pelanggan tidak hanya membutuhkan air bersih tetapi juga kualitas pelayanan yang baik untuk menunjang kinerja PDAM agar masyarakat umum dapat merasakan kepuasan pelayanan, serta akan berdampak pada citra perusahaan PDAM Tirta Agung. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen. PDAM yang mendistribusikan air bersih ke pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta PDAM juga memberikan pelayanan jasa ke pelanggan yang bermasalah seperti pipa bocor, air tersumbat, dan pemasangan pipa baru ke pelanggan. Menurut ismail kepala cabang PDAM dari hasil wawancara menyatakan bahwa masih ada jumlah pengaduan pelanggan tentang kinerja pelayanan air PDAM yang bervolume kecil. Menurut Parasuraman dalam Sunyoto dan Susanti (2015, h.288) mengemukakan bahwa kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai beberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Kepuasan pelanggan PDAM terbukti dengan adanya pelanggan membayar tagihan rekening setiap bulan nya. Tetapi dari hasil wawancara, menurut Ismail Kepala cabang PDAM, dalam waktu dua tahun terakhir ada beberapa pelanggan yang masih menunggak tagihan pembayaran sedangkan pelayanan PDAM sudah cukup baik. Kotler dan Armstrong berpendapat (2012, h.546). Jika keberadaan suatu produk berada di bawah harapan pembeli, maka pembeli tersebut tidak merasa puas.

PDAM Tirta Agung pernah meraih prestasi Juara 1 PDAM terbaik tingkat Desa/kelurahan, yang membuktikan bahwa citra perusahaan PDAM tersebut baik dimata Pelanggan PDAM OKI. Tetapi menurut ismail jumlah pengaduan keluhan pelanggan meningkat pada saat PDAM sedang *offline* karena terjadinya kerusakan pada pompa air sehingga tidak mendistribusikan air ke pelanggan untuk sementara waktu tentu saja hal tersebut akan merusak citra perusahaan PDAM. Menurut Kotler dan Keller (2012, h.274), Citra merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek.

Dari fenomena dan hasil penelitian sebelumnya peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan objek penelitian PDAM Tirta Agung cabang Sirah Pulau

Padang OKI. Adapun judul dalam penelitian **Analisis Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Tirta Agung Cabang Sirih Pulau Padang OKI**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh Kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan dan Citra perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Tirta Agung Cabang Sirih Pulau Padang OKI secara Parsial?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan dan citra perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Tirta Agung cabang Sirih Pulau Padang OKI secara Simultan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Tirta Agung cabang Sirih Pulau Padang OKI secara Parsial.
2. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Tirta Agung cabang Sirih Pulau Padang OKI secara Simultan.

2. LANDASAN TEORI

2.1 Kualitas Pelayanan

“Parasuraman dalam Sunyoto dan Susanti (2015, h.288) mengemukakan bahwa kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai beberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh perusahaan yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan kesopanan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen”.

2.2 Kepuasan Pelanggan

“Howard dan Sheth dalam Tjiptono (2014, h.35) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidakpastian antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Kepuasan pelanggan tergantung pada kinerja anggapan produk atau jasa, jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan kecewa. jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan puas. jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan sangat puas”.

2.3 Citra Perusahaan

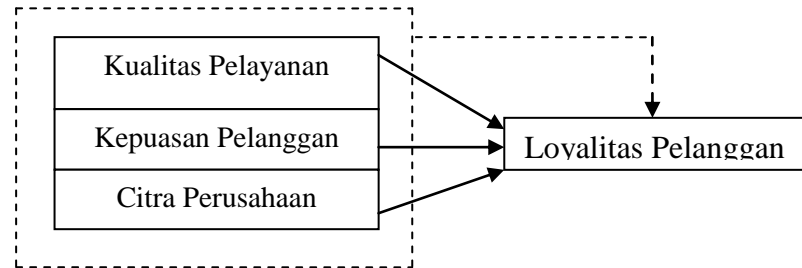
“Kotler & Keller (2012, h.274) Citra merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek. Citra perusahaan merupakan kesan psikologis dan gambaran dari berbagai kegiatan suatu perusahaan di mata khalayak publiknya yang berdasarkan pengetahuan, tanggapan serta pengalaman-pengalaman yang telah diterimanya. Penilaian tertentu terhadap citra perusahaan oleh publiknya bisa berbentuk citra baik, sedang dan buruk”.

2.4 Loyalitas Pelanggan

“Salomon dalam Utama (2017, h.206) Loyalitas merupakan suatu proses panjang dan berkesinambungan disepanjang perjalanan hubungan antara pihak perusahaan dengan pelanggan”.

2.5 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu yang sudah diuraikan, maka kerangka penelitian dapat digambarkan pada gambar berikut :



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran

2.6 Hipotesis

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesis dari penelitian ini adalah :

- H₀1: Kualitas Pelayanan diduga tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Sirah Pulau Padang.
- Ha1: Kualitas Pelayanan diduga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Sirah Pulau Padang.
- H₀2: Kepuasan Pelanggan diduga tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Sirah Pulau Padang.
- Ha2: Kepuasan Pelanggan diduga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Sirah Pulau Padang.
- H₀3: Citra Perusahaan diduga tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Sirah Pulau Padang.
- Ha3: Citra Perusahaan diduga tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Sirah Pulau Padang.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Sugiyono (2012, h.7)

3.2 Teknik Pengambilan Sampel

Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah pelanggan PDAM Tirta Agung cabang Sirah Pulau Padang oki. Dalam menentukan ukuran sampel penelitian, penulis melakukan perhitungan sampel dengan menggunakan rumus *slovin*. Dalam penelitian ini tipe sampling yang digunakan yaitu *Purposive sampling* dan dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *non random sampling*. yaitu pengambilan sampel dengan melakukan pertimbangan-pertimbangan sampel untuk mencapai tujuan tertentu.

3.3 Jenis Data

Menurut Purwanto dan Sulistyastuti (2017. h.20) jenis data dapat di bagi menjadi dua yaitu:

1. Data primer adalah data dari kuisioner yang dibagikan ke pelanggan PDAM
2. Data sekunder adalah berupa buku, jurnal-jurnal dan dokumen lainnya

Jenis data yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah data primer dan data sekunder. di mana data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Data primer yang diperoleh langsung dari responden. Data primer yang digunakan berupa kuesioner yang diberikan kepada responden sedangkan data sekunder berupa karangan ilmiah seperti jurnal.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Kuesioner atau angket yang berupa pertanyaan yang disusun dalam bentuk kalimat tanya yang diberikan kepada responden pelanggan PDAM Tirta Agung cabang sirih pulau padang OKI.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif yaitu analisis yang berbentuk angka atau data yang diangkakan (Sugiyono 2014, h.206). Selanjutnya data dianalisis dengan menggunakan program SPSS versi 23.0.

a) Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan matematika Analisis regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

Y : Loyalitas Pelanggan

a : Konstanta

$b_1b_2b_3b_4$: Koefisien X_1, X_2, X_3, X_4

X_1 : Kualitas Pelayanan

X_2 : Kepuasan Pelanggan

X_3 : Citra Perusahaan

e : Tingkat Error, tingkat kesalahan

Dan untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada regresi berganda, maka perlu dilakukan pengujian sebagai berikut :

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji *Multikolinieritas* dilakukan untuk mengukur seberapa erat hubungan variabel X_1 dan X_2 dengan variabel Y yang ditunjukan oleh nilai *Tolerance* dan *VIF*(*Variance Inflating factor*), dikatakan tidak terjadi problem *multikolinieritas* apabila nilai *Tolerance* > 0,10 dan *VIF* < 10.

b. Uji Heteroskedastisitas

Pengukuran uji *heteroskedastisitas* ini dilakukan dengan metode rank spearman yang dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Purwanto dan Sulistyastuti 2017. h.19).

c. **Uji Normalitas**

Untuk melihat apakah data variabel yang diuji berdistribusi normal dan layak untuk diuji statistik maka diperlukan uji *normalitas* dengan menggunakan program *SPSS 23.0* yaitu dengan melihat hasil *test of normality kologrov-smirnov*.

d. **Uji Autokorelasi**

Uji *Autokorelasi* dilakukan untuk mengukur semua variabel apakah merupakan persamaan regresi yang baik atau tidak baik untuk digunakan sebagai model regresi, yang ditunjukkan oleh nilai *Durbin-Watson (DW)* dikatakan tidak terjadi masalah *Autokorelasi* dengan pengambilan keputusan (*DW test*) sebagai berikut jika nilai *durbin Watson* berada diantara -2 sampai dengan +2 (Singgih Santoso 2012, h.241).

e. **Uji Linierity**

Uji linieritas dilakukan dengan menggunakan analisis variansi terhadap garis regresi yang nantinya akan diperoleh F_{hitung} . F_{hitung} yang diperoleh kemudian dikonsultasikan dengan F_{tabel} pada taraf signifikan 5%. Dengan pengambilan keputusan apabila F_{hitung} lebih kecil atau sama dengan F_{tabel} pada taraf signifikan 5% maka hubungan antara variabel bebas dikatakan linier (Burhan Nurgiyantoro 2012, h.296).

2. Uji Hipotesis

a. **Uji F (Secara Simultan)**

Uji seluruh koefisien regresi secara serempak/simultan sering disebut dengan uji model. Berdasarkan hipotesis penelitian dengan menggunakan program *SPSS 23.0* yaitu dengan melihat hasil F_{hitung} dan F_{tabel} .

b. **Uji T (Secara Parsial)**

Uji signifikan terhadap masing-masing koefisien regresi diperlukan untuk mengetahui signifikan tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel bebas (X_i) terhadap variabel terikat (Y). Berdasarkan hipotesis penelitian dengan menggunakan program *SPSS 23.0* yaitu dengan melihat hasil F_{hitung} dan F_{tabel} beserta nilai Signifikasi kurang dari 0,05.

3.7 Pengujian Validitas dan Reabilitas

1. Validitas Instrumen

Pengujian Validitas adalah dengan menilai korelasi (r) terhadap semua variabel dan item. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan *Correlation matrix* yang ditunjukkan dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0.102) maka data dikatakan valid, jika lebih kecil maka item tersebut dinyatakan tidak valid / gugur dan dikeluarkan dari kuesioner.

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas

Variabel	r-hitung
Kualitas Pelayanan (X_1)	0.464
	0.594
	0.575
	0.608
	0.651
Kepuasan Pelanggan (X_2)	0.392
	0.549
	0.374
	0.410
Citra Perusahaan (X_3)	0.577
	0.709
	0.604

	0.624
Loyalitas Pelanggan (Y)	0.456
	0.414
	0.490

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

2. Reabilitas Instrumen

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengukur mempunyai keandalan dalam mengukur suatu dimensi. Dalam artian bahwa jika pengukuran dilakukan berulang kali akan memberikan hasil yang sama dalam setiap pengukuran. Dalam hal ini apabila nilai Realibility Coefficient (Alpha) lebih besar dari 0,6 ($\alpha > 0,6$), maka variabel dan item yang diukur dapat dipercaya atau diandalkan.

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Hasil uji Reabilitas
Kualitas Pelayanan (X_1)	0.793
Kepuasan Pelanggan (X_2)	0.646
Citra Perusahaan (X_3)	0.808
Loyalitas Pelanggan (Y)	0.642

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

PDAM Tirta Agung cabang Sirah Pulau Padang OKI (Ogan Komering Ilir) didirikan di kecamatan Sirah Pulau Padang OKI desa Teratai pada tahun 1991 dan mulai beroperasi pada tahun 1992. Pendirian perusahaan daerah air minum (PDAM) Tirta Agung OKI, merupakan badan usaha milik pemerintah OKI yang didirikan berdasarkan perda OKI nomor 7 tahun 2003 tentang pendirian Perusahaan Daerah Air Minum OKI. Tujuan dan fungsi perusahaan PDAM adalah turut serta dalam membangun daerah khususnya kesejahteraan rakyat dalam bidang pelayanan air bersih yang memenuhi standar kesehatan.

4.2 Hasil Pembahasan

4.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.1 Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	B	Tolerance	VIF
(Constanta)	3.749		
X_1	0.016	0.615	1.625
X_2	0.158	0.591	1.691
X_3	0.245	0.556	1.800

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 4.1 *Coefficients*, maka persamaan regresi linier berganda yaitu:

$$Y = (3.749) + 0,016X_1 + 0,158X_2 + 0,245X_3 + e$$

Dimana :

Y : Loyalitas pelanggan

a : Konstanta

$b_1 b_2 b_3$: Koefisien X_1, X_2, X_3

X_1 : Kualitas Pelayanan

X_2 : Kepuasan Pelanggan

X_3 : Citra Perusahaan

e : Tingkat Error, tingkat kesalahan

4.2.1.1 Uji Asumsi Klasik

4.2.1.1.1 Uji *Multikolinieritas*

Tabel 4.2 Uji *Multikolinieritas*

Coefficients^a

Model	B	Tolerance	VIF
(Constanta)	3.749		
X_1	0.016	0.615	1.625
X_2	0.158	0.591	1.691
X_3	0.245	0.556	1.800

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengelolahan Data SPSS 22.0, 2015

Berdasarkan hasil uji *Multikolinieritas* diatas Kepercayaan (X_1), Pengalaman (X_2) dan *Service Quality* (X_3) memiliki hubungan yang erat terhadap Keputusan Pembelian (Y) atau memiliki pengaruh yang kuat terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebab nilai *tolerance* lebih dari 0.10 dan nilai VIF kurang dari 10.

4.2.1.1.2 Uji *Heteroskedastisitas*

Correlations

Model	Sig.
Kualitas Pelayanan	,073
Kepuasan Pelanggan	,308
Citra Perusahaan	,625

a. Dependent Variable: ABS_RES

Dari data diatas bisa dilihat bahwa signifikan variabel kualitas pelayanan (X_1), kepuasan pelanggan (X_2) dan citra perusahaan (X_3) terhadap absolute residual nilainya lebih besar dari 0.05 yaitu X_1 sebesar 0.073, X_2 sebesar 0.308 dan X_3 sebesar 0.625. dengan data tersebut bisa disimpulkan bahwa variabel X_1, X_2 dan X_3 tidak mengalami heteroskedastisitas.

4.2.1.1.3 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		260
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.89467193
Most Extreme Differences	Absolute	.049
	Positive	.049
	Negative	-.028
Test Statistic		.049
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan SPSS versi 23, maka dapat diketahui bahwa nilai asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0.05 yang dinyatakan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4.2.1.1.4 Uji Autokorelasi

Tabel 4.3 Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	SEE	Durbin-Watson
1	.495	.245	1.905	1.649

a.Predictors : (Constant), X_3, X_2, X_1

b.Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Dari data diatas bisa dilihat nilai durbin Watson sebesar 1.649, nilai tersebut berada diantara -2 sampai dengan +2 berarti bahwa bisa dinyatakan tidak ada terjadi autokorelasi.

4.2.1.2 Uji Hipotesis

4.2.1.2.1 Uji F (Secara Simultan)

H_{a4} : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Citra Perusahaan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan

H_{o2} diterima dan H_{a2} ditolak apabila F hitung < F tabel

H_{o2} ditolak dan H_{a2} diterima apabila F hitung > F table

Tabel 4.4 Uji F (Secara Simultan)
ANOVA^a

Model	F	Sig.
1 Regression	27.765	.000 ^b

a.Predictors : (Constant), X_3, X_2, X_1

b.Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil pengujian diatas, nilai F hitung (27.765) Kualitas Pelayanan (X_1), Kepuasan Pelanggan (X_2), dan Citra Perusahaan (X_3), secara simultan mempengaruhi terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

4.2.1.2.2 Uji t (Secara Parsial)

Ha₁: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan.

Ha₂: Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan.

Ha₃: Citra Perusahaan berpengaruh positif secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan.

Ha₁ diterima apabila Fhitung > Ftabel

Ha₁ ditolak apabila Fhitung < Ftabel

Tabel 4.5 Uji t (Secara Parsial)

Coefficients ^a			
Model	B	T	Sig.
(Constanta)	3.749	5.201	.000
X ₁	0.016	0.363	.718
X ₂	0.158	2.718	.007
X ₃	0.245	4.669	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil pengujian diatas :

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X_1), tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, dikarenakan nilai t hitung $X_1 = 0.363$ dimana t hitung < dari T tabel ($0.363 < 1,651$), dan nilai Sig t variabel $X_1 = 0,718$ yang menyatakan lebih besar dengan tingkat signifikansi 0,05.
2. Variabel independen Kepuasan Pelanggan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, dengan nilai t hitung $X_2 = 2.718$ dan nilai signifikansi sebesar 0,007. Karena t hitung > t tabel ($2.718 > 1,651$) dan sig. penelitian < 0,05 ($0,007 < 0,05$), maka Kepuasan Pelanggan (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan.
3. Kemudian Variabel Citra Perusahaan (X_3), berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, dikarenakan nilai t hitung $X_3 = -4.669$ dimana t hitung > dari T tabel ($4.669 > 1,651$), dan nilai Sig t variabel $X_3 = 0,000$ yang menyatakan lebih kecil dengan tingkat signifikansi 0,05.

4.2.1.2.3 Koefisien Determinan

Model	R	R Square	SEE	Durbin-Watson
1	.495	.245	1.905	1.649

nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *R Square* yaitu sebesar 0,245 yang artinya bahwa variasi dari semua variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan citra perusahaan dapat menerangkan variabel loyalitas pelanggan sebesar 24,5%, sedangkan sisanya sebesar 75,5% diterangkan oleh variabel lain.

5. KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Berikut ini kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan diantaranya :

1. Secara parsial, hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.
2. Secara parsial, hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.
3. Secara parsial, hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel Citra Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.
4. Secara simultan, hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan, dengan signifikansi 0,000. Artinya secara bersama-sama Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

5.2. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data maka dapat diberikan beberapa saran untuk peneliti sebelumnya :

1. PDAM Tirta Agung cabang Sirih Pulau Padang OKI harus lebih melakukan peningkatan kinerja karyawan dan perlu menambah layanan untuk memberikan pelanggan kemudahan jika mereka memiliki keluhan seperti cepat merespon keluhan, kesesuaian alir yang mengalir ke pelanggan dan jaminan kebersihan air. Sehingga kualitas pelayanan akan lebih baik lagi dalam membentuk loyalitas pelanggan.
2. PDAM Tirta Agung cabang Sirih Pulau Padang OKI harus meningkatkan citra perusahaan dan kepuasan pelanggan yang sudah berjalan saat ini sehingga reputasi yang ada ditingkatkan terus untuk dimasa yang datang dan dalam meningkatkan mutu kebersihan air akan lebih baik untuk pelanggan. Hal ini perlu dilakukan karena melihat situasi dunia yang terus meningkat sehingga akan berdampak pada taraf hidup yang tinggi seiring waktu.
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan untuk lebih mengembangkan penelitian ini serta menambahkan variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini serta memperluas lokasi yang akan diteliti agar dapat mengukur tingkat loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, Andi Asrullah 2017, *Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Maxcell Kendari*, Skripsi S1, Universitas Halu Oleo, Diakses 14 Agustus 2017, dari www.sitedi.uho.ac.id.

Ari Agung, Nugroho 2015, *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Pakuan Kota Bogor*, Skripsi S1, Uinversitas Bangka Belitung, Bangka.

Cahyani, Nofi 2015, *Pengaruh Citra Perusahaan, Relationship Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan*, Skripsi S1, Universitas negeri Yogyakarta, Diakses 29 November 2017, dari www.eprints.uny.ac.id.
Cholid, Narbuko dan H. Abu Achmadi 2012, *Metodologi Penelitian*, Bumi Aksara, Jakarta.

Gujarati, Damodaran N dan Dwan C. Porter 2012, *Dasar-Dasar Ekonometrika Edisi 5, Dialihbahasakan oleh Raden Carlos Mangunsong*, Salemba Empat, Jakarta.

Hasan, Ali 2013, *Marketing dan kasus – kasus pilihan*, Yogyakarta.

Herdyanti, Ismi 2013, *Manfaat Adanya Pelayanan Baik Perusahaan Terhadap Konsumen*, Skripsi s1, diakses pada tanggal 28 agustus 20 17, dari www.herdyantismi.com.

Herlambang, Susatyo 2014, *Basic Marketing Cetakan Pertama*, Gosyen Publishing, Yogyakarta.

Hidayanti, Endang 2017, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Bank BRI Syariah Cirebon*, Skripsi S1, Iain Syekh Nurjati Cirebon, Diakses 29 November 2017, dari www.repository.syekhnurjati.ac.id.

Irnandha, Aris 2016, *Pengaruh kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat*, Skripsi S1, Universitas negeri Yogyakarta, Diakses 29 November 2017, dari www.eprints.uny.ac.id.

Kotler, Philip dan Amstrong, Gary 2012 *Prinsip – Prinsip Pemasaran Edisi 13*, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip dan Keller. Lane Kevin 2012, *Marketing Management Edisi 13*, New Jersey Pearson Prentice Hall, Inc.

Lupiyoadi, Rambat 2016, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 3*, penerbit Salemba empat, Jakarta.

Meidiana Ribka Steffina dan Ellyawati J 2014, *Pengaruh Kepuasan Pada Loyalitas Pelanggan: Pengujian Komitmen Sebagai Variabel Pemediasi*, Skripsi S1, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Diakses 29 November 2017, dari www.e-journal.uajy.ac.id.

Nurgiyantoro, Burhan, Gunawan & Marzuki 2012, *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta.

Purwanto Agus, Erwan dan Sulistyastuti, Ratih Dyah 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*, GAVA MEDIA, Yogyakarta.

Ramadhan alfian gilang 2016, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*, Skripsi S1. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya, Diakses 2 Desember 2017, dari www.ejournal.stiesia.ac.id.

Safitri Erwina, Rahayu Mintarti, dan Indrawati Nur Khusniyah 2016, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Service Center Studi Pada Pelanggan Samsung Service Center Di Kota Malang*, Skripsi S1, Universitas negeri Malang, Diakses 29 November 2017, dari www.journal.um.ac.id.

Santoso, Singgih 2012 *panduan lengkap SPSS Versi 20*, Erlangga, Jakarta.

Sugiyono 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Cetakan ke-17*, penerbit Alfabeta, Bandung.

Sugiyono 2014, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Penerbit Alfabeta, Bandung.

Sukmawati, ida dan D.D James, Massie 2015, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT AIR Manado*, Skripsi S1, Universitas Sam Ratulangi, Manado.

Sumirat Pepen, Suhardi Yusuf, Soetopo Pragiwani Meita 2017, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Mahasiswa Sebagai Variabel Intervening*, Skripsi S1, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Diakses 29 November 2017, dari www.ejournal.stei.ac.id.

Sunyoto, Danang dan Susanti, Eka Fathonah 2015, *Manajemen Pemasaran Jasa cetakan pertama*, CAPS (Center for academic publishing service), Yogyakarta.

Solang, Rifka dan L Silvy, Mandey, dan S Olivia, Nelwan 2015, *Kualitas Layanan Dan Hubungan Pelanggan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Kotamobagu*, Skripsi S1, Universitas Sam Ratulangi, Manado.

Susanto, Singgih 2012, *Aplikasi SPSS Pada Statistik Parametrik*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.

Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius 2012, *Pemasaran Strategik edisi 2*, CV. ANDI OFFSET, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy 2014, *Pemasaran Jasa Edisi I*, CV. ANDI OFFSET, Yogyakarta.

Priyatno Duwi 2014, *Spss 22*, Andi, Yogyakarta.